

ЛОБІЗМ В УКРАЇНІ, НІМЕЧЧИНІ, США: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Україна – ще досить молода самостійна держава, і ще не встигла відчутти на собі і вивчити з наукової точки зору всі правові явища, які існують в країнах з багаторічним досвідом незалежності та демократії. Хоча б взяти до розгляду таке явище як лобізм. На сьогодні йому вже приділяється увага в юридичній, політологічній сферах наукової діяльності, засобах масової інформації, бо він фактично існує в суспільстві. Лобізм можна спостерігати на різних рівнях суспільного життя: міжнародний та національний (зовнішній і внутрішній, комерційний і некомерційний) лобізм – предметом лобіювання є спроба захистити національні інтереси на міжнародному рівні; державний лобізм (парламентський, урядовий, регіональний). В українській державі присутні два напрямки лобізму: один з них спрямований у напрямок просування інтересів Росії, другий – у напрямок задоволення вимог міжнародних організацій (МВФ, Всесвітнього банку і ВТО) [1]. Політика лобіювання на державному рівні – нормальна світова практика. Ще лобізм можна поділити на формальний і неформальний. Тобто легалізований (Німеччина, США) та не легалізований (Росія, Україна), що має дещо спільне з «корупцією».

Якщо звернутися до визначення поняття лобізм (англ. «lobbysm», від «lobby» – приймальня, кулуари) – це специфічний інститут політичної системи, потужний механізм впливу певних соціальних груп і громад, об'єднань («груп тиску») на процес прийняття рішення органами державної влади з питань внутрішньої та зовнішньої політики. Таким чином, лобіювання – це спроба організацій або окремих громадян впливати не тільки на прийняття, відхилення чи зміну законів в парламенті, а й на адміністративні рішення уряду, спираючись на підтримку як обраних депутатів, так і різних політичних партій, державних і недержавних установ, громадських організацій, засобів масової інформації [2].

Взагалі у країнах Західної Європи та США, це явище більш позитивне, оскільки врегульовано відповідними нормативно-правовими актами. У 1995 Конгрес США прийняв «Акт про регулювання лобіювання», який вимагає реєстрації лобістів, їх регулярних звітів про свою діяльність [3]. Так, у Німеччині працює понад 5 тис. лобістів, характерною ознакою є те, що вони працюють у вигляді певних союзів, так званих «консалтингових компаній» [4]. Людина, що професійно займається лобіюванням, допомагає конгресмену виконати його найголовніше завдання – мати престиж у конгресі та піднятися на перші сходинки кращих, оскільки сам парламентар доводить, що він постійно працює для покращення життя в державі і хоче залишитися на цій посаді й надалі. Тому, що парламентарі або урядовці приймаючи конкретне рішення не завжди обізнані щодо проблем певної галузі, а тим більше окремих підприємств, а лобісти в свою чергу допомагають їм отримати професійні консультації фахівців відшукуючи шляхи отримання інформації з

перших рук. Відповідно, відбувається лобіювання інтересів певного кола осіб. У будь-якому разі створення нормативно-правових актів захищають інтереси чи певного класу, чи якогось прошарку населення, певної категорії осіб, представників певної промислової галузі і т.д. Завдання лобіста – своєчасно інформувати представників бізнесу про законодавчі ініціативи, які могли би зачепити їхні інтереси. В разі потреби лобісти допомагають організувати зустріч з парламентарями, які мають вирішальний вплив на ухвалення відповідного закону або рішення та закріпити це на державному або місцевому рівнях. Все це відбувається, якщо лобістська діяльність легалізована.

В Україні, яка перебуває на шляху реформування, лобістську діяльність законодавчо не врегульовано, це дає простір для спекуляцій, корупції та “протягування” вигідних конкретній людині законів чи указів. Як стверджує Андрій Ермолаєв „Львівській газеті”, то з погляду існуючого зараз неформального механізму лобіювання, то це виглядає приблизно так: представники бізнесу роблять замовлення своїм лобістам на ту чи іншу законодавчу норму, а депутати готують абсолютно легітимний законопроект. Більшість лобістських пропозицій закладають у загальний план законодавчих ініціатив фракцій і, відповідно, щонайменше забезпечують голосуванням цієї фракції. Звичайно, найбільший успіх мають фракції з найбільшою кількістю голосів. Найактивніше лобіюють свої інтереси групи інтересів, що діють у сфері економіки: передусім в аграрному, енергетичному та машинобудівному секторах. На думку народного депутата Т. Черновола, що лобізм становить 90% усього того, що ми бачимо в парламенті [5].

В Україні застосовується «коридорний лобізм», який має корупційні ознаки. Також, до цього часу лобістська діяльність не стала ефективним засобом просування інтересів України ні в певних країнах світу, ні на рівні міжнародних організацій. Тому, оскільки це явище вже існує, його краще легалізувати і прийняти відповідний закон, який би не просто існував, а реально допоміг нашій державі налагодити механізм прийняття нормативно-правових актів без „привілейованих” перед законом, і спрацював би на покращення іміджу України на міжнародній арені. Лобізм – важливий фактор формування іміджу будь-якої країни в міжнародному середовищі та захисту її інтересів у світовому просторі.

Література

1. Самые эффективные лоббисты Украины. – <http://www.Ukraine.ru/text/analitics/145949.html>.
2. Одінцова О. Лобізм в Україні: проблеми законодавчого регулювання / О.Одінцова. Юридична Україна. - № 7. – 2005. – 103с. – С. 15-18.
3. Абизов В. Є., Кремень В. Г. Політичні рішення: механізм прийняття. – В.Є.Абизов, В.Г. Кремень. – К., 1995.
4. Тейзе Є., Ляйперт Л. Лобізм - консалтингові послуги на межі корупції. – <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5336532,00.html>
5. Гамрищак І. Лобізм по-українськи: валізи з грошима – головам фракцій. // І.Гамрищак. Львівська газета. – 05 березня 2009 року. – № 10 (502).